



Repositorio de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de la Provincia de Córdoba

CORCIENCIA

www.corciencia.org.ar

**Hacia un análisis de la actividad turística en la provincia de Córdoba.
Aspectos cuantitativos y cualitativos que caracterizan su desarrollo**

Directora: Dra. B. Eugenia Perona

Co-Director: Lic. Efraín Molina

Adscriptos:

Lucas Pusetto

Lorena Allende

Tamara Wasilcov

Ayudantes alumnos:

Lucas Koussikian

ArtinSanguedolce

Diego Oscar Flores

Universidad Empresarial Siglo 21



1. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad turística es, sin dudas, uno de los sectores más típicos y destacados de la economía provincial. Se estima que Córdoba participa con alrededor del 4% del valor agregado del sector turismo a nivel nacional, y con casi el 10% de los puestos de trabajo generados por el sector (Sturzenegger et al., 2008). Asimismo, la provincia contaría con alrededor de un 20% del total de las plazas de alojamiento disponibles en el país.

También es éste un sector marcadamente dinámico, habiendo crecido el turismo en Córdoba a tasas sostenidas durante la última década. De acuerdo con datos oficiales, las zonas serranas fueron visitadas en enero de 2011 por una cantidad de turistas cercana a los dos millones de personas, siendo el incremento en el número de visitantes respecto de 2010 del 16%, una cifra que duplica a la tasa de crecimiento registrada para el total del país (8%).¹ No obstante, a pesar de la importancia que reviste la Actividad Económica de Viajes y Turismo (AEVT) a nivel provincial, se detectan algunos problemas, interrogantes y necesidad de mayor conocimiento respecto de la misma. Si bien existen trabajos de documentación orientados a cuantificar la importancia económica del sector así como sus características principales, se observa que la información es muchas veces incompleta respecto de distintas variables e indicadores cruciales para comprender algunos aspectos estratégicos que hacen a la actividad turística. A partir de allí surgen, por lo tanto, diversos interrogantes: ¿cuál es el verdadero impacto económico así como la evolución de la actividad turística en la provincia de Córdoba? ¿Es posible computar algunos indicadores especializados que permitan dimensionar su importancia, así como proporcionar una base para realizar comparaciones con otras provincias y evaluar su desempeño relativo? Más específicamente, ¿cuáles son las características más relevantes respecto de la oferta y la demanda de servicios turísticos? ¿Son dichos servicios de fácil acceso y/o en qué medida? ¿A qué tipo de turista está orientada la oferta provincial? Finalmente, ¿qué factores promueven o retrasan el desarrollo de la actividad turística en Córdoba?

Reconociendo que el turismo es un fenómeno multi-dimensional y que no resultaría factible abordar todos los aspectos determinantes de dicha actividad simultáneamente, en el presente estudio proponemos acotar el marco de análisis a dos puntos de vista principales: a) una perspectiva macro-provincial, indagando sobre las características e impacto de la AEVT en el marco de la economía de Córdoba; y b) una perspectiva más específica o micro, desde el punto de vista del usuario de servicios turísticos. La importancia de este proyecto es inmediata, ya que posibilitará generar información útil para facilitar la comprensión de temas asociados al turismo, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Especialmente, a partir del presente estudio se espera arribar a un sistema de indicadores que permitan identificar aspectos prioritarios a la hora de definir políticas de desarrollo regional en el sector turismo, así como evaluar sus resultados y contribuir a la toma de decisiones por parte de las organizaciones relacionadas con el sector.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

¹ Agencia Córdoba Turismo. En línea: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/>

Conocer y cuantificar la importancia del sector turismo en la economía de la provincia de Córdoba, así como detectar algunos de los factores que inciden sobre su desarrollo.

2.2. Objetivos específicos

- Relevar datos económicos sobre el turismo en Córdoba durante la última década, a los fines de dimensionar su importancia y destacar algunas de sus características más salientes.
- Desarrollar un conjunto de indicadores de desempeño del sector, incluyendo los Indicadores Básicos de Turismo (IBT).
- Indagar sobre la 'accesibilidad' para el usuario a distintos centros de atracción turística de la provincia, considerando el acceso a la información y el acceso a la prestación de los servicios.
- Identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector turístico en Córdoba, así como proyectar sus perspectivas futuras para los próximos años.

3. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a sitios distintos de sus lugares usuales de residencia, siendo el placer la motivación principal (OMT, 2008). Para la Cámara Argentina de Turismo (2009), algunos de los efectos más importantes derivados de la AETV son la generación de divisas, el crecimiento económico, la creación de nuevos puestos de trabajo, y la distribución del ingreso para corregir los desequilibrios regionales. La provincia de Córdoba, como se señaló anteriormente, ocupa un sitio destacado en la actividad turística del país. La misma presenta una gran diversidad de atractivos turísticos, ostentando un 6% de los sitios naturales y un 7% de las atracciones culturales de Argentina. También cuenta con un 6% de las manifestaciones folklóricas, un 7% de los eventos científicos y artísticos y un 5% de acontecimientos programados (Sturzenegger et al, 2008, p.108). Todas estas características colocan a Córdoba en el 3° puesto del ranking nacional en términos de turismo, siendo sólo superada por la provincia de Buenos Aires y la de Corrientes. A su vez, este lugar destacado encuentra su correlato en numerosas políticas de difusión y promoción regionales llevadas a cabo por la Agencia Córdoba Turismo, los municipios y otros organismos locales. En el marco de los objetivos del proyecto, se trabajará con un conjunto de indicadores desarrollados por la CEPAL, que reflejan el impacto de la actividad turística en la producción, el empleo y la inversión (ver CEPAL, 2006/2007). Los mismos están basados en los lineamientos propuestos por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que busca medir la incidencia económica de la AETV, sentando una base para generar un sistema de estadísticas que permita realizar comparaciones internacionales. En el ámbito de nuestro país y fundándose en la propuesta de la CEPAL, la Cámara Argentina de Turismo viene cuantificando la AETV desde el año 2003. Para tal fin, se considera al 'turismo' en un sentido amplio, como una actividad y no como un sector económico propiamente dicho, la cual atraviesa transversalmente (demandando bienes y servicios) a casi todos los sectores económicos tradicionales. También existen antecedentes del cálculo de estos indicadores a nivel provincial, pudiéndose citar un estudio reciente realizado para la provincia de La Rioja (CISPE-UNLAR, 2010) y otro para la del Chubut (Ball e Ibáñez, 2009). La intención de la presente investigación es extender dichos resultados a la provincia de Córdoba, de manera de contribuir a la base de un sistema estadístico por regiones, dentro del territorio nacional.

Para la sección cualitativa del proyecto, se parte del concepto de ‘accesibilidad’, que implica la medida en que “...los productos y servicios [turísticos] puedan ser utilizados por los usuarios con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado”.² Esto hace referencia, por una parte, al *acceso a la información turística*, que puede darse a través de todo tipo de medios (folletos informativos, internet, consultas telefónicas, etc.); y por otra, al *acceso al producto turístico* en sí mismo, que incluye la facilidad de contratar servicios de transporte, alojamiento y recreación. Es importante señalar que se alude aquí a una noción amplia de accesibilidad, la cual no está relacionada con situaciones de discapacidad, sino que se aplica a todo tipo de usuarios. En este sentido, un buen desempeño en materia de accesibilidad implicará que el turista pueda conocer, planificar, organizar y llevar a cabo su visita, de manera de maximizar su satisfacción y el uso del tiempo durante su estadía.

No se conocen antecedentes de estudios de accesibilidad, del tipo específico que se pretende desarrollar en la presente investigación. Por este motivo, una contribución adicional del proyecto será la de elaborar un protocolo de trabajo y una serie de indicadores cualitativos que permitan valorar la capacidad y facilidad de acceso a distintos centros turísticos de la provincia. A los fines de la evaluación de la accesibilidad a la información y al producto, se emplearán herramientas teóricas provenientes del *marketing*, como por ejemplo la efectividad de las páginas web (ApazaPari, s/f), los sistemas de información de destinos turísticos (BignéAlcañiz et al., 2000), y el concepto de orientación al cliente en la sociedad moderna (Kotler et al., 2010; Kotler et al., 2004). Finalmente, cabe destacar que la investigación propuesta se encuadra en el paradigma crítico (Lawson 2003), en el sentido de que el objetivo último es identificar, comprender y analizar el conjunto de estructuras sociales que caracterizan y condicionan a la actividad turística en la provincia, con el objeto de realizar propuestas tendientes a su transformación, en aras del desarrollo provincial sustentable.

4. METODOLOGÍA

La investigación que se propone realizar es de naturaleza exploratorio-descriptiva, así como explicativa (Hernández Sampieri et al., 2006). El cómputo de indicadores de la actividad turística se encuadra en un criterio descriptivo, que se justifica en base a la necesidad de contar con una caracterización más sistemática y actualizada del desempeño del sector. Por su parte, el estudio de accesibilidad es de corte exploratorio, aplicándose un diseño transeccional que buscará relevar información mediante la experiencia directa de un turista *in situ*. Finalmente, a partir de los datos relevados se buscará inferir y verificar algunas de las causas que facilitan u obstaculizan el desarrollo del sector, por lo que dicha parte del proyecto adquiere un carácter explicativo. Con respecto a los métodos de análisis, se empleará una combinación de herramientas cuantitativas y cualitativas, resultando en un estudio de tipo mixto. Desde lo cuantitativo, se aplicarán técnicas y herramientas propias del análisis estadístico. En tanto, para abordar los aspectos cualitativos del estudio, se utilizarán distintos métodos como la observación participante, el análisis documental y entrevistas tipo cuestionario (Bernal Torres, 2006).

4.1. Cómputo de indicadores de turismo como actividad económica

En este punto se seguirá la metodología e indicadores económicos propuestos por la CEPAL para países latinoamericanos, con su correspondiente adaptación realizada por

² <http://www.sedic.es/autoformacion/accesibilidad/2-definicion-accesibilidad.html>

4.2. Análisis de accesibilidad a productos turísticos

5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

[illegible]

6. BIBLIOGRAFÍA

- APAZA PARI, Samuel. Efectividad publicitaria de las páginas web de las agencias de viaje. En línea: <http://www.monografias.com/trabajos82/efectividad-publicitaria-paginas-agencias-viaje/efectividad-publicitaria-paginas-agencias-viaje.shtml>
- BALL, Facundo; IBÁÑEZ, Julio. Medición de la importancia económica del turismo: el caso de la provincia de Chubut. XLIV Reunión Anual. Asoc. Arg. de Economía Política. Bs. As., 2009.
- BERNAL TORRES, César. Metodología de la Investigación. Edic. Pearson, México, 2006.
- BIGNÉ ALCANIZ, Enrique; FONT AULET, Xavier; ANDREU SIMÓ, Luisa. Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo. ESIC Editorial, Madrid, 2000.
- CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO. Informe económico anual sobre la actividad de viajes y turismo, 2008. Buenos Aires, 2009.
- CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO. Informe económico cuatrimestral sobre la actividad de viajes y turismo. Buenos Aires, 2010.
- CEPAL. Indicadores económicos de turismo. División de Estadísticas y Proyecciones Económicas. Cuadernos estadísticos 34. Santiago, Chile, 2006/2007.
- CEPAL. Proyecto de indicadores básicos para el análisis del turismo desde una perspectiva económica: Campos y descripción de los campos de la ficha metodológica. 2005.
- CISPE-UNLAR. Indicadores Básicos para el análisis del turismo en la provincia de La Rioja desde una perspectiva económica. Inst. de Econ. y Admin. Univ. Nacional de La Rioja, 2010.
- CIUDAD DE CÓRDOBA. Resultados encuestas Julio 2007. Plan de destino turístico Córdoba Ciudad. Observatorio Urbano, Córdoba, 2007.
- FUJUDES. Impacto de la industria del turismo en la economía de Jujuy. San Salv. Jujuy, 2007.
- GUÍA ESTADÍSTICA DE CÓRDOBA. Municipalidad de Córdoba, 2008. En línea: <http://www.cordoba.gov.ar/cordobaciudad/principal2/imagenes/Diseno/estadisticas.html>
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación. McGrawHill, 4ª Ed., 2006.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley and Sons, New Jersey, 2010.
- KOTLER, Philip; BOWEN, John; MAKENS, James. Marketing para Turismo. Pearson Educación, Madrid, 2004.
- LAWSON, Tony. Reorienting Economics. Routledge, Londres, Cap.2, 2003.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Cuenta Satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, Madrid, 2009.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Informe final. Noveno encuentro iberoamericano sobre la medición y el análisis del turismo. Antigua, Guatemala, 2008.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. El turismo en Argentina: principales indicadores 2004-2008. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. Bs. Aires, 2009.
- STURZENEGGER, Adolfo; PORTO, Natalia. La importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina. Informe Cámara Arg. de Turismo, 2008.